

Categoría:

2.5 Sustentabilidad Cultural

Título:

“Desde la Universidad, al Museo”

Nombre de la Institución:

Universidad Siglo 21

Departamento, área que desarrolló el plan:

Gerencia de Relaciones Institucionales, Dirección de Marketing y Comunicación

Persona/s responsable/s del plan de comunicación.

Ezequiel Frascarelli - Director General de Marketing y Comunicación

Agustina Giusiano – Gerente de Relaciones Institucionales

Mariana Glaser – Coordinadora de Relaciones Institucionales

Camila Lencioni- Analista de Relaciones Institucionales

Participación y colaboración de miembros del equipo de Marketing: Melina Oyola y Valentín Petrone.

Una brevísima síntesis en máximo 280 caracteres que identifique y defina el propósito del programa.

“Desde la Universidad, al Museo” fue una innovadora propuesta cultural virtual de Universidad Siglo 21 que puso a disposición de la comunidad gran parte del acervo artístico-cultural de la institución de la mano de grandes obras de artes visuales. Pensada en un primer momento en formato presencial para luego mutar a una muestra virtual 360° inédita a raíz de la emergencia sanitaria por COVID-19 decretada el jueves 19 de marzo de 2020.

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

Siglo 21 es la universidad privada más elegida por los argentinos, con más de 70.000 alumnos, 55.000 graduados y 350 Centros de Aprendizaje Universitarios distribuidos en todo el país. Basada en sus valores de universidad laica, inclusiva, trascendente y democrática, se define como una institución que forma, capacita y desarrolla ciudadanos comprometidos y líderes emprendedores.

En su rol extensionista, el arte y la cultura se transforman en aspectos fundamentales que ayudan a desarrollar el conocimiento, la expresión artística y la visión crítica tanto de sus estudiantes, como de la sociedad en general. Por ello, crear e idear espacios para vivir, experimentar e interactuar con las diversas expresiones artísticas durante la vida universitaria es uno de los objetivos de la Universidad.

En este marco, Siglo 21 desembarcó por primera vez con su colección de artes visuales -compuesta por más de 70 obras de prestigiosos artistas argentinos y del mundo- en uno de los museos más emblemáticos de la Provincia de Córdoba y el país: el Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa, para llevar adelante una muestra, que originalmente estaba pensada en formato 100 % presencial.

“Desde la Universidad, al Museo” fue el nombre de la exposición que, a raíz de la emergencia sanitaria frente a la pandemia del COVID-19 y posterior cierre preventivo de las actividades, se convirtió en un recorrido totalmente virtual en formato 360°, acompañada de un Programa de Mediación Cultural, que consistió en una serie de acciones y experiencias culturales paralelas para tender puentes de comunicación entre la colección y la sociedad.

2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

En el marco del 25° aniversario de la Universidad, la propuesta curatorial propuso evidenciar rasgos de la colección de artes visuales que se identifiquen con los valores de la Siglo 21. Un equipo liderado por el curador Tomás Ezequiel Bondone- museólogo e historiador, y actual Director del Museo Nacional Estancia Jesuítica de Alta Gracia y Casa del Virrey Liniers- buscó otorgar presencia y vitalidad a las obras generando un discurso que promueva una mirada renovada, donde lo importante son los artistas y sus creaciones. A partir del despliegue a través de cuatro módulos temáticos, la “puesta en escena” propuso un acercamiento pormenorizado a las características de la Colección FUES21, por lo que el espacio se convirtió en un ámbito excepcional de intermediaciones narrativas.

Los módulos en los que se distribuyeron las obras se organizaron bajo las siguientes denominaciones:

Desde las escenas: Los artistas y sus obras reunidos aquí plantearon un diálogo que trasciende los espacios y los tiempos de todo aquello que existe, configurando originales universos.

Desde las representaciones: Un porcentaje importante de obras que integran la Colección representan figuras humanas, en sus más variadas tipologías, formas y lenguajes.

Desde los papeles: Se reunieron obras que proponen actitudes y scales entre la figuración y la abstracción, siempre atendiendo las sutilezas que demanda el soporte papel.

Desde las abstracciones: Se presentaron una pluralidad de abstracciones generando un recorrido que nos conecta con variaciones que van de lo sensible a lo racional.

Ante la emergencia sanitaria, la Agencia Córdoba Cultura y el MEC debieron suspender todas las actividades y exposiciones que se llevaban adelante en las instalaciones del Museo, por lo que la muestra de arte de Siglo 21 permaneció cerrada al público, hasta nuevo aviso. En función de esta situación, se propuso dar a conocer la muestra a través de un innovador recorrido virtual 360° por la exhibición montada físicamente, en la que los espectadores pudieron vivenciar y recorrer exhaustivamente la exposición desde variadas perspectivas, observando los detalles tridimensionales a través de una fotografía de gran calidad y nitidez de las 70 obras expuestas.

En este marco, se planteó el siguiente objetivo general:

- Exhibir la colección de artes visuales de FUES 21, en el marco del 25° aniversario de Universidad Siglo 21, generando oportunidades para apreciar la muestra del Caraffa a través de propuestas mediadas por tecnología.

Además, se establecieron objetivos específicos:

- Tender puentes de comunicación entre las obras y los distintos públicos.
- Propiciar experiencias transformadoras e innovadoras y poner al alcance de los espectadores la muestra de Siglo 21, a través de un recorrido virtual 360°.
- Impulsar acciones digitales para continuar promocionando el arte como una parte fundamental del patrimonio cultural y artístico de Siglo 21.

Los públicos impactados con el plan de comunicación fueron:

- Comunidad Siglo 21: alumnos, egresados, docentes, codocentes, CAUs, organizaciones amigas.
- Comunidad en general
- Referentes de la cultura y el arte de Córdoba y el país.
- Artistas de la colección FUES 21.
- Autoridades de Gobierno Provincial y Municipal
- Periodistas y referentes de medios de comunicación

La estrategia de comunicación se planificó de la siguiente manera:

1° instancia | del 3/8/2020 al 11/8/2020: branding y posicionamiento masivo a los fines de dar a conocer la muestra a todos los públicos y stakeholders de Siglo 21 a través del plan de comunicación integral.

2° instancia | del 12/8/2020 al 17/09/2020: agenda de conversatorios en torno a la conexión entre el arte, la cultura y la educación, como un ciclo de extensión a toda la comunidad para generar y sostener el interés y expansión de la muestra a lo largo del tiempo.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

Experiencia Virtual 360°: una forma inédita de visibilizar la muestra a través de un recorrido fotográfico 360°¹ por la exposición de arte de Siglo 21. Por medio de una experiencia virtual, el usuario pudo navegar y percibir las obras de los 4 módulos que segmentan y organizan las diversas áreas expositivas de la muestra observando los detalles tridimensionales a través de una fotografía de gran calidad y nitidez.

Difusión del catálogo virtual: a través de publicaciones específicas en redes sociales, se invitó a la comunidad Siglo 21 a acceder al Catálogo de Arte online² que impulsa Vida 21, el área de Desarrollo Estudiantil de la Institución. En este espacio, los interesados pudieron acceder a fotografías en alta calidad y fichas técnicas de cada una de las obras que forman parte de la muestra (nombre del autor, título de la pieza, técnica, medidas, colección y año).

Identidad 21: en el portal de contenidos de Siglo 21, llamado *Identidad 21*, se compartieron contenidos sobre la importancia de la cultura y el arte en la formación integral de los estudiantes.

Interacciones culturales en Instagram Stories: con el afán de cultivar las facultades intelectuales y de contribuir a un conocimiento más integral, se impulsaron desafíos culturales a través de las redes sociales. La iniciativa tuvo por objetivo generar contenidos interactivos interpelando a los alumnos a desarrollar su

¹ Ver recorrido virtual: <http://contenidos.21.edu.ar/catalogo-de-arte/tour.html>

² Ver catálogo de arte: <http://contenidos.21.edu.ar/catalogo-de-arte/>

sentido de la observación, identificar emociones, desarrollar capacidades cognitivas y emocionales. Esta iniciativa se vinculó con el artista elegido de cada semana, para la difusión del catálogo virtual.

Videos ¿Qué me inspira?: esta iniciativa tuvo por objetivo desarrollar videos grabados por artistas con sus propios teléfonos, donde respondieron a una consulta general en la que pudieron expresar en breves segundos su opinión sobre una temática específica.

Charla abierta cultural: “El rol del arte, la sensibilidad y la creatividad en el aprendizaje”. A través de un panel virtual en vivo, transmitido por Facebook live, se generó un espacio reflexivo sobre las infinitas posibilidades creativas que surgen en el encuentro entre el mundo del arte y el mundo de la educación. Bajo esta premisa, cada invitado compartió opiniones y experiencias en las que hayan buscado tender puentes, espacios comunes y posibilidades de trabajo conjuntas entre estos mundos. Asimismo, se buscó explorar nuevos espacios vinculados a la experimentación e innovación, que pusieran al alcance de los espectadores diversas estrategias, contenidos y así multipliquen las posibilidades de generar experiencias transformadoras. Participaron del panel, Lic. Fabiana Renault, Docente Experta en Creatividad e Innovación de Siglo 21; Mgter. Soledad Pérez, Decana de Ciencias Aplicadas de Siglo 21; Mgter. Roxana Singer, docente de la Lic. en Publicidad de Siglo 21 y Mgter. Tomás Bondone, Director del Museo Nacional Estancia Jesuítica de Alta Gracia y Casa del Virrey Liniers y curador de la muestra de Siglo 21.

Ciclo de conversatorios virtuales: En el marco de la exposición virtual 360°, Siglo 21 invitó a participar del ciclo: “Universidad, Arte y Creatividad, un diálogo circular”, una serie de encuentros virtuales con artistas y referentes del campo del arte y la cultura que fueron transmitidas en vivo por el canal de YouTube de Universidad.

1- Coleccionismo y Universidad. Desde la Universidad al Museo | miércoles 26 de agosto de 2020.

Participaron: Lic. Juan Carlos Rabbat, Presidente y Fundador de Siglo 21; Prof. Jorge Torres, Director del Museo Caraffa; Mgter. Tomás Bondone. Museólogo, Historiador del arte y Curador de la muestra y Arq. José Lorenzo; Arquitecto y Coleccionista.

2- Producción artística y educación | miércoles 2 de septiembre de 2020.

Artistas participantes: Sol Halabi, Mateo Arguello Pitt, Marcos Acosta y Julia Romano.

3- Arte y Creatividad. Instrucciones para inspirarse | martes 8 de septiembre de 2020.

Artistas participantes: Fabio Egea, Luciana Bertoloni, Luis Wells, Alejandra Tolosa.

4- La reinención de la industria cultural en cuarentena | jueves 17 de septiembre de 2020.

Participaron: Adriana Rosenberg; Directora de la Fundación PROA (Bs.As.), Juan Manuel Pairone; Periodista y Manager, Elisa Gagliano; Directora de teatro, Dramaturga.

La comunicación de esta iniciativa cultural se pensó desde una campaña integral en distintos soportes y medios internos y externos. El primer desafío se focalizó en continuar posicionando que el arte representa una parte importante de la esencia de Siglo 21 y su patrimonio cultural. El segundo desafío, se focalizó en la difusión del recorrido 360° por la muestra “Desde la Universidad, al Museo”, a los fines de lograr la visualización y vivencia por parte de la comunidad Siglo 21 y la sociedad en general. Para ello, se plantearon las siguientes estrategias de difusión:

1. Producción audiovisual de alto impacto. A los fines de promocionar y posicionar, y dar a conocer el espacio virtual 360, se presentó un [tráiler](#)³ que invitó a la comunidad Siglo 21 a ingresar y conocer la propuesta curatorial de la muestra en el Museo Caraffa.
2. Comunicación en eventos propios de la Universidad, tales como Hola 21 y Campus Day.

³ Ver Anexo: Tráiler “Desde la Universidad al Museo”, Experiencia Virtual 360°

3. Comunicación interna dentro de la organización mediante mailing a Docentes, Codocentes y autoridades. Mailing, news y pieza de WhatsApp a sedes y 350 CAUs distribuidos en todo el país.
4. Comunicación externa mediante mailing con invitación al micrositio de la muestra a egresados, alumnos de grado, pregrado y posgrado de todas las carreras y modalidades, artistas de la colección FUES 21, codocentes, docentes y tutores, empresas, colegios secundarios y bases de datos de leads de eventos vinculados a la temática.
5. Campaña publicitaria en redes sociales, anuncios en Facebook e Instagram para posicionar la actividad y poder tener a una mayor llegada al público objetivo.
6. Mediante el lanzamiento del curso de Arte y Coleccionismo "*Introducción al Arte desde la perspectiva del coleccionismo contemporáneo*", que dicta Siglo 21 bajo la modalidad online y dirige el Mgter. Tomás Bondone junto a José Lorenzo, se propició un espacio académico para promover la difusión y realizar acciones junto a los alumnos, a los fines de poder vivenciar la experiencia virtual de la muestra.
7. Gestiones de Prensa: se desarrolló una potente campaña de amplificación en medios a nivel nacional para invitar a la comunidad en su conjunto a acceder a la muestra 360° así como a los conversatorios, ciclos de charla y actividades culturales. También se gestionaron entrevistas 1.1 con autoridades, artistas y curador en medios gráficos y audiovisuales de todo el país⁴.
8. Cobertura en Redes Sociales (Orgánico). Noticia en la web de Siglo 21, difusión de la noticia en las redes propias, difusión de piezas gráficas diseñadas específicamente para redes, banner en la web institucional, video corto en cámara rápida mostrando el recorrido de la muestra, videos por módulos de la muestra y piezas gráficas con copy e invitación a cada sala.
9. Otros canales y gestiones: Pieza de invitación por WhatsApp con link a la landing del recorrido 360° para invitación personalizada por parte de referentes Siglo 21. Difusión a museos, galerías, espacios de arte y/o referentes del arte y la cultura.
10. Sinergia de comunicación entre Museo Emilio Caraffa y la Agencia Córdoba Cultura. Mediante un [video](#) en el que Jorge Torres, Director del Museo Emilio Caraffa, invitó a la comunidad a realiza el recorrido virtual 360°, se amplificó en las redes sociales de ambas instituciones.

4) Resultados y evaluación

Siglo 21 supo poner en marcha una estrategia integral de cooperación interactiva entre la institución y la comunidad en general, combinando los diversos saberes para contribuir a la expansión del arte y la cultura colectiva y múltiple, y a la construcción y uso socialmente productivo del conocimiento, creando espacios virtuales adaptados al contexto para que todos los públicos puedan vivir, experimentar e interactuar con las diversas expresiones artísticas.

En sólo 10 días se alcanzó el número de visitas a más de 8.000, superando al alcance que normalmente tiene el museo en formato presencial, con un promedio de 5.500 asistentes en un mes. Hasta finales de noviembre, que fueron discontinuadas las acciones de comunicación, la muestra logró más de 15.000 visitas con un promedio de 1min. 30seg por visitante. Estos resultados superaron enormemente las expectativas de Siglo 21 en su actividad extensionista, logrando el posicionamiento de una muestra virtual inédita en Córdoba.

En relación al ciclo de conversatorios virtuales, fueron 4 en total con 5 ponentes por panel (artistas y referentes culturales) en los que participaron más de 150 personas en cada uno, logrando una convocatoria de más de 800 personas en total. Cada conversatorio obtuvo 6mil reproducciones con un total de 24mil reproducciones para el ciclo completo, logrando así llegar a miles de personas y posicionar a Siglo 21 en el ambiente cultural y artístico. Así mismo, se generaron espacios de intercambio entre los invitados y el público participante que tuvo la posibilidad de interactuar con los artistas en vivo a través de preguntas y comentarios desde las redes sociales.

⁴ Ver anexo: Gestiones de Prensa- Museo Caraffa

A través de este ciclo, la Universidad Siglo 21 reafirma su vocación por el arte y la cultura y su interés por generar espacios de reflexión, pensamiento y crítica en relación a estos temas, como así también acortar las distancias entre el mundo artístico y la comunidad en general.